

嘻哈品牌行銷之分析探討及創作

Hip-Hop Branding and Marketing Plan

國立台灣師範大學設計研究所

National Taiwan Normal University

蘇茂生

李婉菁

摘要

嘻哈文化從70年代的崛起到如今成爲一股文化力量，它的影響力顯現在電影、時尚、廣告、運動…等領域裡。

這股力量在台灣已潛移默化深入年輕人的生活環境中，有許多人身上已有嘻哈特質或元素，但並不知自己就已是嘻哈風格，這種裝扮風格儼然成爲年輕流行的認同與指標，而造就新的市場商機，能成功打造其嘻哈流行形象，勢必能抓住年輕消費市場。

本文將簡略介紹嘻哈文化的歷史源流再分析探討嘻哈文化在台灣現況再創造出模擬的嘻哈品牌。

關鍵詞：嘻哈文化，街舞，街頭塗鴉，問卷調查，深入訪談，品牌行銷



圖 0-1 嘻哈風服飾以風靡台灣



圖 0-2 嘻哈風是文化的一部份

Abstract

Since the 70s, the Hip Hop culture has become an undeniable force among the film, fashion, advertisement, sports and many other industries.

This cultural force has adapted itself into the everyday life of the young adults in Taiwan. Many have adapted elements of Hip - Hop as part of their personal style, while they might not have noticed. This inclination of fashion has indisputably become a popular fashion trend which will could also provide a vast market opportunity, a successful Hip-Hop brand will capture the market of the young adults.

This paper will first introduce the history of the Hip-Hop culture and further discuss and analyze the current status of Hip-Hop culture further simulate a creating a Hip-Hop designer brand.

Keywords: Hip-Hop culture, Street dance, Graffiti, Questionnaire, In depth survey, Branding

1. 緒論:

1.1 研究動機及目的

1.1.1 輔助本土嘻哈品牌的建立

美國的嘻哈文化已打入台灣年輕人的市場多時，不論在年輕人聚集消費的百貨公司精品店或各式各樣的娛樂場所裡嘻哈文化的影子都無所遁形。

雖然台灣現有的嘻哈服飾雜多但是有品牌的卻幾乎是從國外進口為多，本土的嘻哈服飾不是仿冒品，就是沒有品牌的仿嘻哈風格服飾。

因此本文針對台灣的嘻哈品牌市場做研究的目的是為輔助台灣本土對嘻哈風格服飾市場有興趣的人士更了解台灣嘻哈服飾的品牌取向以助於本土的嘻哈品牌建立。



圖 1.1.1 嘻哈文化以打入台灣年輕市場

本研究的流程是由有關嘻哈的源流與發展的文獻中找尋嘻哈的定義與解釋，並進一步探討嘻哈風格的特色以及嘻哈風在台灣的被接受度，年齡層及各項概況，再對現有的嘻哈品牌做分類以助品牌形象的定位
~{質與量的調查}

1.2.1 質的調查

1.2.1 深入訪談

在質的調查方面做深入的分析是品牌行銷調查中重要的第一步，本研究要鎖定三個不同年齡層的嘻哈風愛好者，並進行深入的訪談及記錄，接下來以嘻哈品牌的形象的定位為出發點組織並擬定完整的綜合報告!

1.2.2 量的調查

1.2.2.1 問卷調查

在量的調查方面要先擬定並印製給嘻哈愛好族群的調查問卷，接下來要做取樣地域設定，尋找嘻哈愛好者常出沒的地點發問卷或用網路的方式來做問卷調查，事後再回收建檔並報告以便於分析討論。

1.2.4 綜合整理

將量的調查跟質的調查的綜合報告一起整理以
便於品牌形象定位，在製作嘻哈品牌形象廣告之前要先
設定形象廣告的風格，更要定位廣告的訴求,擬定廣告的
腳本，製作分鏡圖(畫面,動作,音樂)在經過討論及修改後
再進行拍攝和後製(剪輯...等等)的動作才能完整的呈現
出一個嘻哈品牌的形象廣告!